

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan dari analisa data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada produk jasa yang ditawarkan kamar hotel, fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sudah baik, hal ini juga diperkuat dari hasil observasi peneliti yang juga menilai baik dari kamar, fasilitas dan pelayanan Midtown Hotel Surabaya kepada pelanggan.
2. Pada poin harga (*price*), Midtown Hotel Surabaya memiliki standar harga hotel bintang tiga dan hal tersebut dirasa sudah mampu bersaing dengan para competitor. Namun pihak hotel lebih menekankan pada fasilitas dan pelayanan mereka terhadap konsumen.
3. Strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh Midtown Hotel Surabaya lebih terfokus pada strategi promosi. Hal ini terlihat dari beberapa promosi yang telah disebarkan di media massa maupun media social tentang promo yang ditawarkan kepada segmentasinya yang memanfaatkan momentum. Seperti momen kemerdekaan, momen September ceria dan sebagainya.
4. Pada tempat (*place*) lokasi dari Midtown Hotel Surabaya sudah strategis karena dekat dengan beberapa lokasi perbelanjaan, ruang public dan mudahnya akses transportasi didapatkan. Selain itu desain dan bangunan dari hotel itu sendiri sudah dipersiapkan sedemikian rupa untuk kenyamanan para

pengunjung dengan harapan para pengunjung bias datang kembali menjadi pelanggan tetap dalam menikmati jasa Midtown Hotel Surabaya.

5. Pada harga (*Price*), produk dalam hal ini kamar hotel dan fasilitas, serta pelayanan menjadi prioritas utama dari pihak hotel untuk menjamin kepuasan pelanggan.
6. Pada poin orang (*People*), pihak manajemen hotel memiliki komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, dan mereka sudah bekerja sesuai dengan *job description* yang sudah tertulis.
7. Pada sarana fisik (*Physical Evidence*), kualitas bangunan dan juga desain hotel sudah memiliki daya tarik tersendiri bagi para pengunjung Midtown Hotel Surabaya.
8. Dalam proses (*Process*), pada strategi bauran pemasaran merupakan kinerja dari para karyawan hotel sesuai dengan jabatan dan *job description* masing-masingnya dalam mencapai visi dan misi perusahaan. Dan apabila proses kinerja dilakukan sesuai dengan tugas masing-masingnya diharapkan akan menghasilkan hasil yang sesuai dengan harapan Midtown Hotel Surabaya.
9. Strategi bauran pemasaran dirancang setiap akhir bulan berdasarkan pertimbangan strategi yang sudah terlaksana sebelumnya. Dan rancangan strategi bauran pemasaran tersebut akan dilakukan pada bulan berikutnya.
10. Indikator keberhasilan dari strategi bauran pemasaran Midtown Hotel Surabaya didasarkan pada *Property Management Report* (PMR) dan juga rasio persentase pendapatan hotel dari hasil penjualan resto dan kamar yang terisi.

## 5.2. Rekomendasi

Berdasarkan simpulan hasil penelitian yang telah dipaparkan, berikut ini adalah rekomendasi yang dapat diberikan peneliti antara lain:

1. Dari segi produk (*Product*), diharapkan rutin dalam perawatan ruang, furniture maupun maintenance sarana elektronik seperti AC, televisi, lampu, shower dan sebagainya guna kenyamanan pengunjung selama menginap di Midtown Hotel Surabaya.
2. Dari segi harga (*Price*), diharapkan pihak Midtown Hotel mampu mengevaluasi lagi dalam penentuan tariff maupun harga makanan di hotel, hal ini mengingat bahwa harga juga menjadi salah satu pertimbangan penting konsumen dalam membeli atau menggunakan produk jasa
3. Dari sektor tempat (*Place*), pihak Hotel diharapkan memberikan tambahan fasilitas seperti kolam renang karena di Midtown Hotel Surabaya sendiri meski sebagai hotel bintang Tiga tidak ada salahnya kalau Midtown Hotel Surabaya memiliki fasilitas kolamrenang.
4. Dari sektor promosi pihak Hotel diharapkan lebih kreatif lagi dalam menarik perhatian calon konsumen atau membuat pelanggan untuk dating kembali ke Midtown Hotel Surabaya mengingat banyaknya competitor baru yang muncul di wilayah Surabaya.
5. Diharapkan peningkatan maintenance fasilitas atau sarana dan prasarana hotel, sehingga konsumen akan merasa nyaman dalam menggunakan dan menikmatinya
6. Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan kepada pihak hotel untuk lebih meningkatkan tingkat evaluasi tidak hanya berdasarkan PMR (*Property*

*Management Report*) saja namun ada indikator keberhasilan lain terkait dengan strategi bauran pemasaran yang dimiliki. Hal ini diharapkan agar Midtown Hotel Surabaya lebih eksis lagi dalam persaingan jasa hotel bintang Tiga di Surabaya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Herdiana Nana, 2015, *Manajemen Strategi Pemasaran*, CV Pustaka Setia, Bandung.
- Abdurahmat Fathoni, 2006 *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Rineka Cipta Jakarta.
- Alma Buchari, 2014, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.

Assauri S, 2009, *Manajemen Pemasaran Dasar konsep dan Strategi*, Rajawali Pers, Jakarta.

Badan Pusat Statistik Kota Surabaya  
<https://surabayakota.bps.go.id/statictable/2015/01/10/372/banyaknya-jumlah-tamu-asing-dan-domestik-hotel-bintang-semester-ii-2013-dan-semester-i-2014.html> diakses pada tanggal 23 April 2018 pada pukul 14:10

Bagyono, 2012, *Pariwisata dan Perhotelan*, Alfabeta, Bandung.

Dewi Fitriana Dwi, 2014. **Analisis Strategi Pemasaran Perhotelan di Makassar (studi Kasus di Grand Clarion Hotel & Convention)**, *Skripsi*, Universitas Hasanuddin.

Effendi Zaenal, Detik News, **Bisnis Hotel di Surabaya Menggiurkan, ini yang terjadi**, 20 September 2017, <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3650966/bisnis-hotel-di-surabaya-menggiurkan-ini-yang-terjadi> diakses pada tanggal 10 Januari 2018 pukul 12:10 WIB.

Hurriyati Ratih, 2010, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung.

Jenis hotel.info, **Jenis-Jenis Hotel, Daftar Hotel di Indonesia**, <http://jenishotel.info/daftar-hotel-bintang-3-di-surabaya-harga-terjangkau> diakses pada tanggal 10 Januari 2018 pukul 09:30.

Alexander B.Hilda, Kompas.com *Home/Property/News*, <https://properti.kompas.com/read/2014/08/26/195609021/Dalam.Dua.Tahun.Surabaya.Bangun.16.Hotel>. diakses pada tanggal 23 April 2018 Pukul 14:20

Kotler,P, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi II, PT Indeks, Jakarta.

Kotler Philip & Armstrong Gary, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 12, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Realation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Laksana, Fajar, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta

Lestari Umi, 2017, **Strategi Pengembangan Usaha Jasa Penginapan Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Pada Guesthouse Nuwono Tasya, Rajabasa Bandar Lampung)**, *Skripsi*, Universitas Lampung.

Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani, 2008, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba empat, Jakarta

**Midtown Indonesia Hotels**, [www.midtown.id](http://www.midtown.id) diakses pada tanggal 10 januari 2018 pukul 10:30

**Midtown Indonesia Hotels**, [www.midtownindonesia.com](http://www.midtownindonesia.com) diakses pada tanggal 10 januari 2018 pukul 11:30

**Midtown Indonesia Hotels**, <https://www.midtown.id/contact> diakses pada tanggal 10 januari 2018 pukul 08:30

Moleong J. Lexy, 2017, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, edisi revisi, Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja. Rosdakarya.

Nugraheni Putri, 2016. **Strategi Bauran Pemasaran Dalam Menarik Minat Pelanggan di Namira Hotel Syariah Yogyakarta**, *Skripsi*, Universitas Iskam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Permatasari Erika Desy, Djamhur, dan Wilopo, 2015, **Penentuan Strategi Bisnis Manajemen Hotel Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Kasus di Quds Royal Hotel Surabaya)**, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 27, No.1, Oktober.

Rozack Abdul, Radar Surabaya, **Perkembangan Hotel di Surabaya Terlalu Over (Okupansi terus Turun)**, 25 Agustus 2017, <https://www.jawapos.com/radarsurabaya/read/2017/08/25/9553/perkembangan-hotel-di-surabaya-terlalu-over> diakses pada tanggal 10 Januari 2018 pukul 10:20 WIB.

Saladin, Djaslim, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Linda Karya, Bandung

Subroto Budiarto, 2011, *Pemasaran Industri*, Yogyakarta.

Sudaryono, 2017, *Pengantar Manajemen Teori dan Kasus*, CAPS (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta.

Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.

\_\_\_\_\_. 2012. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2017, **Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)**, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Wicaksono Agung, Suyadi Imam, dan Hidayat Kadarisman, 2014, **Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek (Studi Pada Konsumen Mobil Toyota Avanza Tahun 2012 di Auto 2000 Malang cabang Sukun)**, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 12, No.2, Juli.

## **Lampiran 1**

### **DRAFT WAWANCARA**

Wawancara dengan Bapak Sukamto Selaku General Manager Midtown Hotel  
Surabaya

1. Apa yang anda pahami tentang strategi pemasaran itu sendiri ?
2. Apa hotel midtown ini memiliki strategi pemasaran ?
3. Bagaimana proses perencanaan dari strategi pemasaran yang dipakai hotel midtown ini sebelum proses pelaksanaannya?
4. Siapa yang membantu merumuskan perencanaan strategi pemasaran di hotel midtown ini?

5. Apa saja yang menjadi proses pertimbangan dalam pembuatan strategi pemasaran yang digunakan?
6. Kapan dari pelaksanaan dari strategi tersebut dan apakah ada tim pemasaran sendiri yang akan melakukannya?
7. Sejauh ini bagaimana dengan pelaksanaan dari strategi yang telah dibuat? Adakah indicator keberhasilan atau pencapaian dari strategi tersebut?
8. Bagaimana bias mengetahui proses pencapaian dari strategi pemasaran itu sendiri dan bagaimana prosesnya?
9. Apakah ada proses evaluasi setelah pelaksanaan strategi pemasaran tersebut? Kapan, siapa dan bagaimana prosesnya?
10. Apa yang menjadi harapan anda dan khususnya dari Hotel Midtown Surabaya ini terkait dengan persaingan pasar yang kian meningkat?

### **Lanjutan Lampiran 1**

Wawancara dengan Bapak Adi Hendra, SE selaku Marketing Manager Midtown Hotel Surabaya

1. Apa hotel midtown ini memiliki strategi pemasaran ?
2. Bagaimana proses perencanaan dari strategi pemasaran yang dipakai hotel midtown ini sebelum proses pelaksanaannya?
3. Siapa yang membantu merumuskan perencanaan strategi pemasaran di hotel midtown ini?
4. Apa saja yang menjadi proses pertimbangan dalam pembuatan strategi pemasaran yang digunakan?



5. Kapan dari pelaksanaan dari strategi tersebut dan apakah ada tim pemasaran sendiri yang akan melakukannya?
6. Sejauh ini bagaimana dengan pelaksanaan dari strategi yang telah dibuat? Adakah indicator keberhasilan atau pencapaian dari strategi tersebut?
7. Bagaimana bias mengetahui proses pencapaian dari strategi pemasaran itu sendiri dan bagaimana prosesnya?
8. Apakah ada proses evaluasi setelah pelaksanaan strategi pemasaran tersebut? Kapan, siapa dan bagaimana prosesnya?
9. Apa yang menjadi harapan anda dan khususnya dari Hotel Midtown Surabaya ini terkait dengan persaingan pasar yang kian meningkat?

### **Lanjutan lampiran 1**

#### **DRAFT PERTANYAAN KONSUMEN (MEMBER MIDTOWN HOTEL)**

1. Bagaimana dengan kamar yang dimiliki oleh Hotel Midtown Surabaya ini? Apakah sesuai dengan ekspektasi anda dan sesuai dengan apa yang ditawarkan?  
  
*“sesuai mbak, kebetulan saya memilih kamar splendid fabulous, isi dan fasilitasnya sesuai dengan yang ditawarkan. Saya senang karena sesuai, karena dulu saya pernah menginap di hotel lain tapi ada beberapa fasilitas yang tidak sesuai dan langsung saya complain. Tapi di Midtown ini sudah sesuai”*
2. Bagaimana penilaian anda tentang harga dikaitkan dengan kamar dan fasilitas yang anda terima?

*“kalo dikatakan murah sih nggak ya mbak, tapi lebih ke harga standar,... kecuali lagi kalo kita dapat promo, baru bias dikatakan murah. Tapi kan tidak keseluruhan konsumen mendapatkan promo, kan saya member, jadi ada potongan harga dan late checkout bisa, ada ketentuan yang berlaku kalau bukan member. Kalo saya sih untuk tipe standar harga Rp.413.000 dengan fasilitas kamar yang sedemikian juga udah cukup, dan fasilitasnya juga sesuai. Untuk harga makanan dari menu yang tersedia juga terjangkau dan sama sih kaya waktu dulu saya menginap di hotel yang lain harganya standard....”*

3. Bagaimana dengan lokasi untuk lokasi Midtown Hotel Surabaya?

*“...gampang kalo disini mbak, kebetulan saya sudah empat kali ini menginap di hotel Midtown. Kalo yang pertama kemarin saya bawa mobil sendirian pada waktu anak-anak saya ngajak ke Tunjungan Plaza, itu dekat sekali... kalo yang sekarang saya gak bawa mobil, saya naik kereta dari Tulungagung, jadi saya turun stasiun Gubeng yang dekat dengan hotel....”*

4. Apa yang anda ketahui tentang promo yang sudah di tawarkan dari pihak hotel ini? Dimana anda melihatnya?

*“saya tau promo itu, tapi bukan untuk promo yang personal seperti gratis menginap untuk pribadi heheheh. Pernah saya ikut promo yang di Instagram, jadi waktu itu saya ada acara kantor, kemudian kami liat ada promo untuk makan yang murah bagi yang reservasi untuk 30 pax, nah kita dari kantor ada 38 kalo gak salah, jadi kita pesen disini. Tapi dulu gak semua bias nginap disini karena kamarnya penuh...”*

5. Bagaimana dengan kinerja dan profesionalitas serta pelayanan karyawan di hotel ini?

*“ramah banget mbak, dari pertama yang saya menginap, sampai yang keempat ini mereka ramah-ramah dan memberikan penjelasan detail meskipun saya sudah tau. Valet parking juga sopan dalam menawarkan jasanya, pokoknya enaklah disini dan saya suka...”*





Jl. Gendol Surabaya No. 76  
Surabaya, Indonesia 60132  
(031) 844 1111 / 844 1112

Profil dari beberapa informan dari penelitian yang telah dilakukan :

1. General Manager Midtown Hotel Surabaya

Nama : Bapak Sukanto

Umur : 44 Tahun

Tanggal mulai bekerja di Midtown Hotel Surabaya : 1 Oktober 2012-Sekarang

2. Marketing Manager Midtown Hotel Surabaya

Nama : Adi Hendra,.SE

Umur : 36 Tahun

Tanggal mulai bekerja di Midtown Hotel Surabaya : 14 Juli 2013-Sekarang

3. Staff Marketing Midtown Hotel Surabaya

Nama : Wahyu Agus Purwanto (Wahyu)

Umur : 34 Tahun

Tanggal mulai bekerja di Midtown Hotel Surabaya : 21 September 2012-  
Sekarang

4. Front Office Midtown Hotel Surabaya

Nama : Mas Roro Surti Nuritza P.D (Dita)

Umur : 28 Tahun

Tanggal mulai bekerja di Midtown Hotel Surabaya : 26 Oktober 2013-  
Sekarang

5. Member Midtown Hotel

Nama : Florence

Umur : 40 Tahun

Asal : Jakarta

Sudah empat kali menginap di Midtown Hotel Surabaya.

6. Member Midtown Hotel

Nama : Willy

Umur : 41 Tahun

Asal : Malang

Sudah Tiga kali menginap di Midtown Hotel Surabaya.

7. Member Midtown Hotel

Nama : Helmy

Umur : 43 Tahun

Asal : Tulung Agung

Sudah Tiga kali menginap di Midtown Hotel Surabaya.

Surabaya, 21 Desember 2018

Hormat Kami,  
General Manager  
Midtown Hotel Surabaya



Sukamto

## JADWAL PENELITIAN

Kegiatan penelitian ini direncanakan berlangsung dengan alokasi waktu tercantum dalam tabel di bawah ini:

[illegible]



a. Jl. Basuki Rachmat no. 76  
Surabaya, Indonesia. 60262

( p +6231 531 5399 f +6231 531 5389 )

[www.midtownindonesia.com](http://www.midtownindonesia.com)

### SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini  
Menerangkan bahwa :  
Mahasiswa yang bernama Ika Alif Vera Veronica  
Dari Universitas Muhammadiyah Gresik  
NIM 14 311 113

Telah mengadakan penelitian di Midtown Hotel Surabaya  
Untuk bahan penulisan skripsi dengan judul Analisis Strategi Bauran Pemasaran  
Midtown Hotel Surabaya dalam Menghadapi Persaingan Jasa hotel.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagai persyaratan  
akademik.

Surabaya, 9 Mei 2018  
Hormat kami,  
General Manager  
Midtown Hotel Surabaya

Sukanto



**PRODI MANAJEMEN**  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK



**BERITA ACARA UJIAN SIDANG SKRIPSI**  
**SEMESTER GASAL 2018/2019**  
Nomer : 1235/II.3.UMG/Manajemen/E/2018

Pada hari ini **Rabu**, Tanggal **21 November 2018**, pukul **11.00 - 12.30**. Telah dilaksanakan Ujian Sidang Skripsi  
Pada Mahasiswa :

Nama Mahasiswa : Ika Alif Vera V  
NIM : 14 311 113  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Bauran Pemasaran Midtown Hotel Surabaya dalam Menghadapi Persaingan Jasa Hotel

Dosen Pembimbing I : Moh. Agung Surianto, SE., M.SM  
Dosen Pembimbing II : -  
Penguji I : Roziana Ainul Hidayati., SE., M.Si  
Penguji II : Abdurrahman Faris I.H.P., SE., M.S.M

No	Nama Penguji	Jabatan Penguji	Tanda Tangan
1	Moh. Agung Surianto, SE., M.SM	Ketua	
2	-	Sekretaris	
3	Roziana Ainul Hidayati., SE., M.Si	Anggota	
4	Abdurrahman Faris I.H.P., SE., M.S.M	Anggota	

Berdasarkan hasil Ujian Sidang Skripsi yang telah dilakukan di depan penguji dinyatakan :

**Lulus** (Diterima / Diterima dengan Perbaikan) atau **Mengulang** atau **Tidak Lulus**\*)

Mengetahui,  
Ketua Program Studi,  
  
**Anita Handayani, SE., M.S.M**

Catatan :  
\*) Coret yang tidak perlu

Gresik, 21 November 2018,  
Ketua Tim Penguji,

**Moh. Agung Surianto, SE., M.SM**



*The Power of Islamic Entrepreneurship*

Jl. Sumatera 101 Gresik Kota Baru (GKB) Gresik 61121 Telp: (031) 3951414, Fax: (031) 3952585 Website: <http://www.umg.ac.id>, Email: [info@umg.ac.id](mailto:info@umg.ac.id)





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**Jl. Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789**

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Penyaji : Ika Alif Vera V  
 N IM : 14 311 113  
 Program Studi : Manajemen  
 Alamat / Tlp : Sidowungu Gang Makam 05/02 Menganti  
 0822 3046 6963  
 Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Jasa Penginapan (Guest House di Surabaya)

Pembimbing I : Moh. Agung Surianto, SE., M.SM  
 Pembimbing II : -  
 Konsultasi:

Tanggal	Paraf Pembimbing		KETERANGAN
	I	II	
20/11/17	A		terima p Ace judul: Analisis
28/11/17	A		→ ace / m. Strategi: Bagian pemasaran dalam pengembangan usaha jasa penginapan (Guest House di Surabaya).
30-1-18	A		→ Fawame Bay / hotel & akomodasi lain sebagainya. → tujuan penelitian: Bagaimana pola sewa/hibat → bab 3: metode penelitian → Fenomena ditambahkan di kerangka berpikir → pilih salah satu penelitian yang digunakan
16-04-2018	A		ada via kumpul
16-10-2018	A		rujukan: penelitian, simpulan & saran → di buat per poin-poin
	A		hasil penelitian simpulan & saran
24-10-2018	A		Ace ya skripsi

Tanggal Pengajuan : 2017/11/07  
 Batas Akhir Bimbingan : 2018/11/07  
 Selesai Penulisan :  
 Tanggal Diujikan :

Prodi Manajemen  
  
 Anita Handayani, SE., M.S.M

Dosen Pembimbing I  
  
 Moh. Agung Surianto, SE., M.SM

Dosen Pembimbing II

Foto Pertama dengan Bapak Sukamto Selaku General Manager Midtown Hotel Surabaya Pada pertama kali kunjungan (Observasi) tepat pada tanggal 10 Januari 2018



Foto Dengan Bapak Sukamto Selaku General Manager Setelah Melakukan Wawancara Bersama Marketing Manager Dan Beberapa Staff Pada tanggal 27 Agustus 2018



## Lampiran 8

Townhall (yakni sebutan *restaurant* di Midtown Hotel Surabaya)



## Lampiran 9

Midtown Hall Meeting Room yang ada di Midtown Hotel Surabaya ada 5 tempat

Meeting Room



### Lampiran 10

Promo Penjualan Kamar Midtown Hotel Surabaya Dalam Bulan Oktober 2018

sudah termasuk Breakfast untuk 2 orang, Teh atau Kopi dengan *snack* di Sore hari.



## GREAT **OCTOBER**

### *Room Package*




**START FROM** IDR 525.000 nett/room

ROOM INCLUDE  
 Breakfast for 2 pax | **AFTERNOON TEA or COFFEE** with snack  
 Korres Skin Care & Free Minibar Available in Uppertype Room

[www.midtown.id](http://www.midtown.id)  
 midtownindonesia
  midtownsurabaya

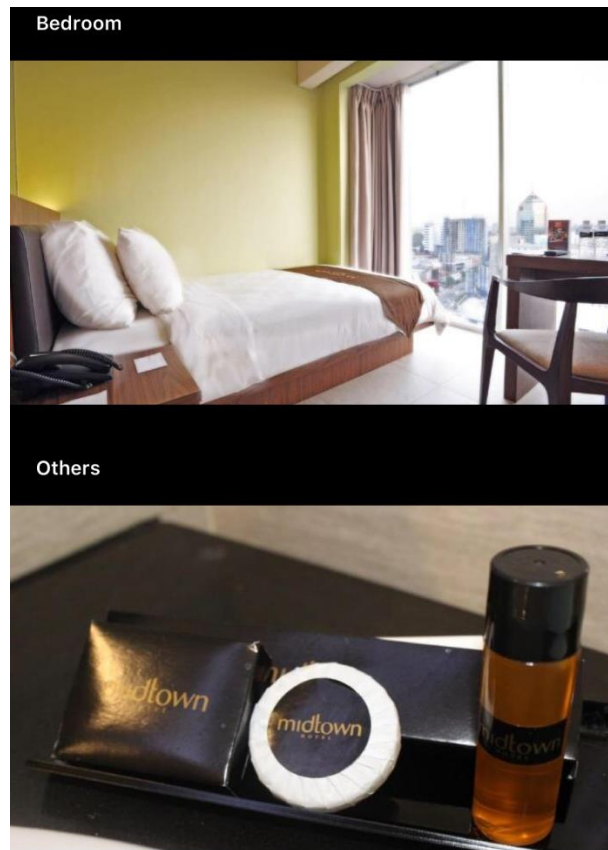
 **031.5315399**  
email : rsv@midtownindonesia.com

### Lampiran 11

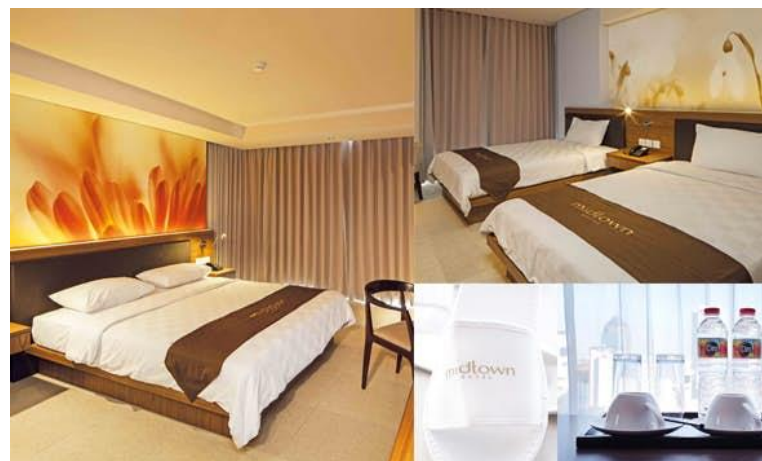
Macam-macam jenis kamar yang ada di Midtown Hotel Surabaya

#### 1. *Cool Room For Single Traveller*





## 2. *Deluxe Fabulous King Room Only* atau *With Breakfast*



## 3. *Super Deluxe Marvelous City View*

Kamar dengan pemandangan kota yang luar biasa dengan ukuran 25 meter persegi, tempat tidur King, Free Mini Bar, dan Perawatan kulit Koress sebagai *amenitis* di dalam kamar

